



TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
EDITAL DE LICITAÇÃO TSE Nº CONCORRÊNCIA TSE Nº
2/2021

EDITAL DE LICITAÇÃO TSE Nº 2/2021
MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

PROCESSO SEI Nº 2021.00.000003338-3

SETOR INTERESSADO: Secretaria de Comunicação

TIPO DE LICITAÇÃO: MELHOR TÉCNICA

REGIME DE EXECUÇÃO: Indireta

REGÊNCIA LEGAL: Lei nº 12.232/2010 e de forma complementar, as Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993, Decretos nº 57.690/1966, nº 9.507/2018, nº 3.722/2001, nº 4.563/2002 e nº 6.555/2008 e Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2017 e SECOM/PR nº 3/2018, disponível no endereço www.secom.gov.br e Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010, bem como as disposições deste Edital.

RECEBIMENTO DE PROPOSTAS E DOCUMENTAÇÃO:

LOCAL: Setor de Administração Federal Sul, Quadra 7, Lotes 1 e 2, Brasília - Distrito Federal, Auditório 2 - Edifício Sede do TSE

As Propostas Técnica e de Preços serão recebidas no dia 30 de agosto de 2021, às 11 horas (horário de Brasília), ou no mesmo horário do primeiro dia útil subsequente, na hipótese de não haver expediente na data marcada.

Os documentos de habilitação serão recebidos e abertos em dia e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.

O procedimento de abertura dos envelopes, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Edital e em lei.

CAPÍTULO I – DO OBJETO

1. A presente licitação tem por objeto a prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente cujo objetivo é o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de ações publicitárias do TSE, junto a públicos de interesse.

1.1. Integram ainda o objeto desta licitação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de

outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

1.1.1. A contratação dos serviços elencados no item 1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visem difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.1.2. O planejamento, previsto no item 1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea *a* do subitem 1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.2. Os serviços previstos no item 1 e subitem 1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de comunicação e divulgação.

2. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada licitante ou contratada.

2.1. Os serviços objeto da presente licitação serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.2. A agência atuará por ordem e conta do Tribunal Superior Eleitoral - TSE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no item 1 e subitem 1.1 deste Edital.

3. Fazem parte do presente Edital os seguintes anexos:

3.1. Anexo I - Briefing

- 3.1.1. Anexo I-I - Modelo de Procuração
 - 3.1.2. Anexo I-II - Modelo de Proposta de Preços
 - 3.1.3. Anexo I-III - Termo de Confidencialidade
 - 3.1.4. Anexo I-IV - Instruções para o Julgamento das Propostas Técnicas
 - 3.1.5. Anexo I-V - Tabela de Valores
 - 3.1.6. Anexo I-VI - Logomarcas
 - 3.1.7. Anexo I-VII - Logomarcas
 - 3.1.8. Anexo I-VIII - Manual de Identidade Visual do TSE
- 3.2. Anexo II - Minuta de Contrato

CAPÍTULO II – DA REPRESENTAÇÃO DA LICITANTE

1. As licitantes far-se-ão representar por seus titulares ou representantes devidamente credenciados, mediante instrumento público ou particular, com poderes expressos e específicos para esse fim. Somente os titulares ou representantes poderão intervir nas fases do procedimento licitatório respondendo, para todos os efeitos, por sua representada.

2. O representante deverá identificar-se, exibindo cédula de identidade oficial e a documentação que comprove os poderes que lhe foram outorgados.

2.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade, ou ainda consulta ao SICAF, quando for o caso.

2.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo, com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo I-I deste Edital. Neste caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

2.3. A falta ou incorreção de instrumento legal de credenciamento não impedirá a participação da empresa no certame, porém obstará sua manifestação no curso do procedimento.

3. O não-comparecimento de representante da licitante às reuniões para recebimento e abertura dos envelopes e demais sessões da licitação ou falta de sua rubrica nos documentos entregues pelos demais participantes, não ensejará reclamações, não obstará o prosseguimento dos trabalhos da Comissão Permanente de Licitação, nem influenciará suas decisões.

4. Na hipótese de substituição do representante da licitante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

CAPÍTULO III – DAS CONDIÇÕES PARA

PARTICIPAÇÃO

1. Poderão participar desta concorrência as agências de propagandas estabelecidas no País, que atenderem a todas as exigências constantes deste Edital e seus Anexos.

2. Não poderão participar desta concorrência:

2.1. Consórcio de empresas.

2.2. Empresas em processo de recuperação judicial sem plano de recuperação acolhido judicialmente ou certidão emitida pela instância judicial competente ou documento judicial compatível, extrajudicial ou cuja falência tenha sido decretada, que se encontrem sob concurso de credores ou em dissolução ou em liquidação.

2.3. Empresas que estejam declaradas inidôneas ou impedidas para licitar ou contratar com a Administração Pública Federal, desde que o ato tenha sido publicado no Diário Oficial da União pelo órgão que o praticou, bem como as que tenham sido punidas com suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o Tribunal Superior Eleitoral.

2.3.1. Será efetuada, Pela Comissão Permanente de Licitação, consulta aos cadastros oficiais: Cadastro Nacional de Condenados por Ato de Improbidade Administrativa e por Ato que implique em Inelegibilidade – CNCIAI, Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e Cadastro de Inidôneos do TCU.

2.4. Empresas estrangeiras que não funcionem no Brasil.

2.5. Empresas cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o TSE.

2.6. Empresas nas quais haja administrador ou sócio com poder de direção que tenha relação de parentesco com detentor de cargo em comissão ou função de confiança que atue na área responsável pela demanda ou pela contratação ou com autoridade hierarquicamente superior no âmbito do Tribunal Superior Eleitoral (Decreto nº 9.507/2018).

2.7. Empresas que possuem inscrição no cadastro de empregadores flagrados explorando trabalhadores em condições análogas às de escravo, instituído pela Portaria Interministerial MTPS/MMIRDH nº 4/2016.

2.7.1. Será efetuada, pela Comissão Permanente de Licitação, consulta do nome da empresa na "lista suja" de empregadores flagrados explorando trabalhadores em condições análogas às de escravo emitida pela Secretaria Especial de Trabalho e Previdência do Ministério da Economia, atualizada periodicamente em seu sítio eletrônico (<https://www.gov.br/trabalho/pt-br/assuntos/fiscalizacao/combate-ao-trabalho-escravo>).

2.8. Empresas ou seus dirigentes que possuem condenação por infringir as leis de combate à discriminação de raça ou gênero, ao trabalho infantil e ao trabalho escravo, em afronta ao que está previsto no art. 1º e no art. 170 da Constituição Federal de 1988; no art. 149 do Código Penal Brasileiro; no Decreto nº 5.017, de 12 de março de 2004, (promulga o Protocolo de Palermo) e nas Convenções da OIT, no art. 29 e no art. 105.

2.8.1. A comprovação será feita mediante Certidão Judicial de Distribuição, informalmente conhecida como "nada consta" ou "certidão negativa", da Justiça Federal e da Justiça Comum, para a licitante e para seus dirigentes, que deverá ser encaminhada juntamente com os documentos de

credenciamento.

3. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

4. A participação na presente licitação implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado (**Invólucro nº 1**) previsto no subitem 1.1.1.1 do Capítulo IV deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta licitação, a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital, a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta licitação, não sendo o Tribunal Superior Eleitoral, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado deste processo licitatório.

CAPÍTULO IV – DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS

1. No local, data e hora fixados no preâmbulo deste Edital, em ato público, presentes os representantes das licitantes e demais pessoas interessadas, cada interessado em participar desta licitação deverá entregar à Comissão Permanente de Licitação as propostas técnica e de preços, em invólucros opacos, distintos e separados, os quais deverão estar preparados conforme as informações a seguir discriminadas:

1.1. A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três invólucros distintos, o nº 1, nº 2 e nº 3, a saber:

1.1.1. N o **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 2 e 3 do Capítulo V deste Edital.

1.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo TSE.

1.1.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 12h às 19h, no seguinte endereço: Setor de Administração Federal Sul (SAFS), Quadra 7, Lotes 1/2, Brasília/DF, sala **A451** (4º andar).

1.1.1.1.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

1.1.1.1.2.1 A solicitação formal deverá ser realizada por meio de ofício no momento da retirada.

1.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar **sem fechamento e sem rubrica**, para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, e **NÃO** poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas

peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

1.1.2.N o **Invólucro nº 2** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 4 do Capítulo V deste Edital.

1.1.2.1.O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

**TRIBUNAL SUPERIOR
ELEITORAL**

**COMISSÃO PERMANENTE DE
LICITAÇÃO**

**CONCORRÊNCIA TSE N.º
____/2021**

**Invólucro nº 2 - Proposta Técnica:
Plano de Comunicação Publicitária – Via
Identificada**

**Nome empresarial:
____ CNPJ
da licitante: _____**

1.1.2.2.O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

1.1.3.N o **Invólucro nº 3** deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 5, 7 e 9 do Capítulo V deste Edital.

1.1.3.1.O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

**TRIBUNAL SUPERIOR
ELEITORAL**

**COMISSÃO PERMANENTE DE
LICITAÇÃO**

**CONCORRÊNCIA TSE N.º
____/2021**

**Invólucro nº 3 - Proposta Técnica:
Capacidade de Atendimento, Repertório e
Relatos de Soluções de Problemas de
Comunicação**

**Nome empresarial:
____ CNPJ
da licitante: _____**

1.1.3.2.O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

1.1.3.3. O Invólucro nº 3 **NÃO** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.2. A Proposta de Preços deverá ser condicionada no **Invólucro nº 4**, a saber:

1.2.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL
COMISSÃO PERMANENTE DE
LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA TSE N.º ____/2021

Invólucro nº 4 - Proposta de Preços

Nome _____ empresarial:
CNPJ da
licitante: _____

1.2.2. O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

CAPÍTULO V – DA PROPOSTA TÉCNICA (Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3)

1. A proposta técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras e deverá ser estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 2.2 deste Capítulo;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 2.1, 2.2 e 2.3 deste Capítulo;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

2.1. As especificações do item 2 deste Capítulo não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 3.3 e à indicação prevista no subitem 3.3.3.6, ambos deste Capítulo.

2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 8 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 2.6 deste Capítulo, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

a) ser editados em cores;

b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

c) ter qualquer tipo de formatação de margem;

d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas deste subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do item 2 deste Capítulo.

2.4.1. Estes exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Capítulo IV, bem como nas alíneas c.1) e c.1.4) do item 2 do Capítulo XII, deste Edital.

2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 3.3 deste Capítulo estão limitados, no conjunto, a 10 (dez)

páginas.

2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 1.1.1.2 do Capítulo IV, bem como a alínea c.1) do item 2 do Capítulo XII, deste Edital.

2.8. Para fins desta licitação, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Estas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 2.6 deste Capítulo e devem seguir as especificações do item 2 deste Capítulo, no que couber.

3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no *Briefing* - Anexo I deste Edital, observadas as seguintes orientações:

3.1. Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do TSE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

3.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no *Briefing*, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

3.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de solução(ões) de comunicação para o desafio apresentado, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com a descrição de cada uma;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou materiais que julgar mais indicados para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, observadas as condições estabelecidas no subitem 3.3.3 deste Capítulo.

3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias - as quais podem ser apresentadas fisicamente como exemplos - superior ao limite estabelecido na alínea 'a' do subitem 3.3.3, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas fisicamente como exemplos e outro para o restante -

previstas, mas não apresentadas por conta do limite máximo estabelecido abaixo.

3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 2.4 deste Capítulo. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

3.3.3.2. Na elaboração de 'monstro' ou leiaute eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

3.3.3.4. O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) **NÃO** poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 3.3 deste Capítulo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será

computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

3.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do TSE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

3.4.1. Todas as peças publicitárias que integrem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 3.3 deste Capítulo, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.

h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia do presente exercício veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os custos internos e honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.1. O caderno específico não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à

disposição do TSE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do TSE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

7. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8 .O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de julho de 2014.

8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no item 7 deste Capítulo ou ser apresentadas soltas.

8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 7 deste Capítulo ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

8.1.3.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

8.2. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou a peça.

8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo TSE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

9 .Quesito 4 -Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que

possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

10. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo TSE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

10.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio Relato, no qual constarão, além do referendo, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

10.2. Os Relatos de que trata o item 10 devem ter sido implementados a partir de 1º de julho de 2014.

10.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no item 9 deste Capítulo ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 9 deste Capítulo, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no item 10 deste Capítulo para descrição do Relato.

CAPÍTULO VI – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas pela Subcomissão Técnica prevista no item 2 do Capítulo XI deste Edital, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade de compreensão sobre o contexto, as características e especificidades das ações de comunicação publicitária a cargo do TSE;

b) a acuidade de compreensão sobre os aspectos relevantes e significativos da comunicação publicitária a cargo do TSE;

c) a acuidade de compreensão sobre o desafio de comunicação a ser superado pelo TSE, tal qual estabelecido no Briefing;

d) a acuidade de compreensão sobre os objetivos de comunicação a serem alcançados pelo TSE, tais quais estabelecidos no Briefing;

2.1.2. Subquesto 2- Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e às atividades do TSE e ao desafio e os objetivos de comunicação;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático, do conceito e da estratégia de comunicação publicitária proposta;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TSE com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária – o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar – proposta para superação do desafio e alcance dos objetivos de comunicação do TSE;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o TSE, sua inserção na sociedade como instituição, o desafio e os objetivos de comunicação e seus públicos - tais quais estabelecidos no Briefing - e a verba referencial.

2.1.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa

a) sua adequação ao desafio e aos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) sua adequação ao perfil dos segmentos de público da ação publicitária proposta;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) a simplicidade, clareza e objetividade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência à natureza e às atividades do TSE;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;

i) a exequibilidade das peças;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças aos meios e aos públicos propostos.

2.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da defesa da solução de mídia e não mídia apresentadas, em face das características da ação publicitária proposta, da verba referencial e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;

b) a adequação da estratégia e da tática de mídia

tendo em vista o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo;

c) a consistência técnica do plano de mídia proposto em todos os seus elementos;

d) o grau de eficiência e a economicidade da aplicação da verba estabelecida para a campanha na solução de mídia e não mídia proposta;

e) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do TSE.

2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à necessidade de comunicação publicitária do TSE;

d) a adequação das instalações e da infraestrutura que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre o TSE e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do TSE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

2.3. Quesito 3 - Repertório

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça;

c) a clareza da exposição das informações prestadas.

2.4. Quesito 4 - Relatos de soluções de problemas de comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Capítulo.

3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		70
	1. Raciocínio Básico	15
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária	20

SUBQUESTITOS		
	3. Ideia Criativa	25
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2.	Capacidade de Atendimento	10
3.	Repertório	10
4.	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA		100

3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas no subitem 8.1 e no item 10 do Capítulo V deste Edital para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nestes quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 3.1 deste Capítulo.

3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

3.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no item 5 deste Capítulo.

5. Será **desclassificada** a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) não alcançar, no quesito Plano de Comunicação Publicitária, a nota mínima de 60 (sessenta) pontos;

d) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não

atender às demais exigências deste Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no item 4 do Capítulo XI deste Edital.

6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no item 8 do Capítulo XII deste Edital ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do Capítulo XIII deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

CAPÍTULO VII – DA PROPOSTA DE PREÇOS (Invólucro nº 4)

1. A Proposta de Preços da licitante contida no Invólucro n.º 4 deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços - Anexo I-II deste Edital e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 do Modelo de Proposta de Preços - Anexo I-II deste Edital, ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 60% (sessenta por cento), a ser concedido ao TSE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 2,5% (dois e meio por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 2,5% (dois e meio por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os

efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

e) Percentual de honorários superior a 7% (sete por cento), incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

2.1. Os honorários de remuneração de que trata o item "e)" acima não estão vinculados à serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

4. Não será aceita oferta de serviços com especificações diferentes das indicadas neste Edital e seus anexos.

5. A apresentação das propostas implicará plena aceitação, por parte da licitante, das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

6. Os percentuais propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

CAPÍTULO VIII – DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

3. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do item 2 do Capítulo VII deste Edital.

4. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 3 deste Capítulo, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' do item 2 do Capítulo VII deste Edital.

5. Se houver empate, será considerada como Proposta de menor

preço a que apresentar, sucessivamente:

a) o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do item 2 do Capítulo VII deste Edital;

b) o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do item 2 do Capítulo VII deste Edital;

c) o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do item 2 do Capítulo VII deste Edital;

d) o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do item 2 do Capítulo VII deste Edital;

e) o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'e' do item 2 do Capítulo VII deste Edital.

6. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o valor expresso por extenso.

CAPÍTULO IX – DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica.

2. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93, a Comissão Permanente de Licitação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.

3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

4. Será considerada vencedora, após o julgamento final das Propostas, a licitante que obtiver a maior pontuação no julgamento da Proposta Técnica, observado o disposto no Capítulo VI deste Edital, e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

CAPÍTULO X – DAS CONDIÇÕES PARA HABILITAÇÃO

1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 3.15 deste Capítulo.

1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no **Invólucro nº 5**, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA TSE N.º ____/2021

Invólucro nº 5 - Documentos de Habilitação

Nome _____ **empresarial:**

CNPJ da licitante:

1.3. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

2. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da Imprensa Oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

2.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

2.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

3. Para habilitação nesta licitação serão exigidos os seguintes documentos:

3.1. Comprovação da Habilitação Jurídica:

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a.1) estes documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta licitação;

b) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada dos documentos relativos à eleição dos administradores ou composição da diretoria;

c) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

3.2. Comprovação da Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta licitação;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

3.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as Fazendas Públicas ou com a Seguridade Social esteja com a exigibilidade suspensa.

3.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

3.3. Comprovação da Qualificação Técnica

3.3.1. Atestado(s) ou Declaração(ões) de capacidade técnica, expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove(m) que a licitante executou serviço compatível ao objeto a ser contratado representados, no mínimo, pelas atividades descritas no item 1 do Capítulo I deste Edital.

3.3.1.1. Caso persistam dúvidas acerca da veracidade da(s) declaração(ões), poderá(ão) ser exigida(s) pela Comissão Permanente de Licitação cópia(s) do(s) contrato(s), dentre outros documentos, para fins de comprovação do alegado e o período de prestação dos serviços, caso a(s) declaração(ões) não tenha(m) sido emitida(s) pelo próprio TSE.

3.3.2. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

3.3.2.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial.

3.3.2.2. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

3.4. Comprovação da Qualificação Econômico-Financeira

3.4.1. Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou recuperação extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

3.4.2. Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentado na forma da lei e regulamentos na data de realização desta licitação, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data da sessão pública de abertura deste processo licitatório.

3.4.2.1. Serão considerados na forma da lei o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis assim apresentados:

3.4.2.1.1. publicados em Diário Oficial; ou

3.4.2.1.2. publicados em jornal de grande circulação; ou

3.4.2.1.3. por cópia registrada no órgão de registro público competente da sede ou

domicílio da licitante; ou

3.4.2.1.4. por cópia extraída do Livro Diário - devidamente autenticado no órgão de registro público competente da sede ou domicílio da licitante - inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento; ou

3.4.2.1.5. por cópia extraída do Livro Diário, com o respectivo comprovante de entrega da Escrituração Contábil Digital ao SPED Contábil, juntamente com o termo de autenticação eletrônica realizada pela Junta Comercial; ou

3.4.2.1.6. outros meios permitidos pelas normas de regência.

3.4.3. A análise da qualificação econômico-financeira será feita por servidores qualificados designados pelo Tribunal Superior Eleitoral e avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG), que deverão ser iguais ou superiores a 1 (um):

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

3.4.3.1. as fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço;

3.4.3.2. a licitante que apresentar resultado menor do que 1, em quaisquer dos índices - Liquidez Geral - LG, Solvência Geral - SG e Liquidez Corrente - LC, deverá comprovar Patrimônio Líquido mínimo de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil), correspondente a 10% (dez por cento) do valor total estimado para a contratação, na forma dos §§ 2º e 3º do art. 31 da Lei n.º 8.666/93.

3.4.3.2.1. O valor estimado desta contratação é de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) para os primeiros 12 (doze) meses.

3.4.4. É vedada a substituição do Balanço Patrimonial e da Demonstração do Resultado do Exercício por balancetes ou balanços provisórios.

3.4.4.1. caso o exercício financeiro anterior ao da licitação esteja encerrado há mais de 3 (três) meses da data da sessão pública de abertura das propostas, o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício poderão ser atualizados por índices oficiais;

3.4.4.2. se necessária a atualização do balanço e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado, juntamente com esses documentos, o memorial de cálculo correspondente;

3.4.4.3. as demonstrações contábeis deverão apresentar as assinaturas do titular ou representante da empresa e do contabilista responsável, legalmente habilitado;

3.4.4.4. as demonstrações contábeis das empresas com menos de um exercício social de existência devem cumprir a exigência contida na lei, mediante a apresentação do Balanço de Abertura ou do último Balanço Patrimonial levantado;

3.4.4.5. poderão ser exigidas das empresas, para confrontação com as demonstrações contábeis, as informações prestadas à Receita Federal.

3.4.4.6. para as licitantes cadastradas no SICAF, cujos índices de LG, SG e LC sejam iguais ou superiores a 1, fica dispensada a apresentação do Balanço patrimonial e das demonstrações contábeis.

3.5. Declaração de que não emprega menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menores de 16 anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

3.6. Declaração de Elaboração Independente de Proposta, nos termos estabelecidos na Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009.

3.7. A Habilitação Parcial da licitante perante o SICAF será verificada tanto quanto à Regularidade Fiscal quanto à Qualificação Econômico-Financeira.

3.8. Para as licitantes inscritas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF ou em sistemas semelhantes mantidos por Estados, Distrito Federal ou Municípios, a comprovação da regularidade dos documentos de habilitação, que já constem dos sistemas, deverá ser feita mediante consulta *on-line*.

3.8.1. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada por meio do SICAF e comprovar, mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, que entregou a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Permanente de Licitação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, gestor do SICAF.

3.8.1.1. O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou à atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

3.9. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

3.10. Para os documentos que têm prazo de validade e este não estiver expresso no documento, será considerada a validade de 90 (noventa) dias, a partir de sua emissão, se outro prazo não estiver fixado em lei.

3.11. Para fins de habilitação, a verificação pela Comissão Permanente de Licitação nos sítios oficiais de órgãos e entidades emissores das certidões, constitui meio legal de prova (§4º, artigo 25 do Decreto n.º 5.450/2005).

3.12. A licitante deverá declarar quaisquer fatos supervenientes à inscrição cadastral impeditivos de sua habilitação.

3.13. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para rerepresentarem os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

3.14. Serão habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

CAPÍTULO XI – DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

1. Esta licitação será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o TSE.

3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com o TSE e 3 (três) sem vínculo com o TSE, por ele previamente cadastrados.

3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

3.2. A relação dos nomes referidos no item 3 será publicada no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

3.3. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o TSE, nos termos do item 3 e subitens 2.1 e 3.1 deste Capítulo.

3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item 3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos no item 3 e subitem 3.1 deste Capítulo.

3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a

decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

4. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, *caput*, da Lei 8.666/1993.

4.1. Os membros da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Confidencialidade, que ficará nos autos do processo desta licitação, observados os modelos constantes do Anexo I-III do Briefing - Anexo I deste Edital.

CAPÍTULO XII – DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 1 do Capítulo II deste Edital.

1.2. Os representantes das licitantes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Confidencialidade pela Subcomissão Técnica, observado o modelo disposto no Anexo I-III do Briefing - Anexo I deste Edital.

1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

1.8. A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital, devendo a Comissão Permanente de Licitação observar a seguinte pauta:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 1 do Capítulo II deste Edital;

b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

c.1) O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, **NÃO** será recebido pela Comissão Permanente de Licitação caso ocorra alguma das hipóteses abaixo, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da licitante:

c.1.1) se estiver identificado;

c.1.2) se apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c.1.3) se estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

d) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

f) abrir o Invólucro nº 3 e rubricar seu conteúdo;

g) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;

h) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do Capítulo XIII deste Edital.

2.1. A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do item 2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Permanente de Licitação.

2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

3. A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do item 2 deste Capítulo.

4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão

desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no item 6 e seguintes deste Capítulo. Caso contrário, a comissão divulgará o resultado na forma do Capítulo XIII deste Edital, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do Capítulo XIII deste Edital, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no Capítulo XIV deste Edital.

6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento destes documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento destes documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do item 5 do Capítulo VI deste Edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do item 5 do Capítulo VI deste Edital, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro

nº 2.

7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do item 6 deste Capítulo conterão, respectivamente, a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

8. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do Capítulo XIII deste Edital, para participar da **segunda sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no item 7 do Capítulo VI deste Edital, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do Capítulo XIII deste Edital, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no Capítulo XIV deste Edital.

8.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Permanente de Licitação.

9. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do Capítulo XIII deste Edital, para participar da **terceira sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos itens 2 e 3 do Capítulo VIII deste Edital e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) efetuar com a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço, a negociação prevista no inciso II do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, nos termos da Proposta de menor preço, entre as licitantes classificadas;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente, com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação;

h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos itens 4 e 5 do Capítulo VI deste Edital, a licitante que:

h.1) tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço; ou

h.2) tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha concordado em praticar a Proposta de menor preço, entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do Capítulo XIII deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no Capítulo XIV deste Edital.

10. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do Capítulo XIII deste Edital, para participar da **quarta sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do Capítulo XIII deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;

f) informar que será publicado, na forma do Capítulo XIII deste Edital, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

11. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará relatório final ao Diretor-Geral do TSE que homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à licitante vencedora.

12. Será vencedora desta concorrência a licitante que:

a) tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;

b) tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do Capítulo VIII deste Edital, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93; e

c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do Capítulo X deste Edital.

13. Os invólucros das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados,

o TSE providenciará sua destruição.

14. É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

CAPÍTULO XIII – DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

1. Ressalvadas as decisões cujas publicações no Diário Oficial da União são obrigatórias, as demais referentes a esta licitação poderão, a juízo da Comissão Permanente de Licitação, ser divulgadas como segue:

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial da União;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

CAPÍTULO XIV – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

1. Eventuais recursos referentes a presente licitação deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Diretor-Geral da Secretaria do TSE, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, protocolizada na Seção de Protocolo Administrativo, no Setor de Administração Federal Sul (SAFS), Quadra 7, Lotes 1/2, Brasília/DF –70070-600, de segunda a sexta-feira, das 12h às 19h.

2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis.

3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) o Diretor-Geral da Secretaria do TSE, que decidirá em 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta licitação, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o TSE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

CAPÍTULO XV – DA CONTRATAÇÃO

1. Uma vez homologado o resultado final da licitação, o TSE convocará a licitante adjudicatária, que deverá comparecer no prazo de 10 (dez) dias corridos para assinar o termo de contrato (Anexo II), sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Capítulo XIX deste Edital.

2. O prazo fixado no item anterior poderá ser prorrogado uma

única vez e por igual período, desde que a solicitação seja apresentada ainda durante o transcurso do interstício inicial, bem como que ocorra motivo justo e aceito pelo Tribunal Superior Eleitoral.

3. Firmado o contrato, as partes obrigar-se-ão em consonância com o disposto em suas cláusulas.

4. A emissão da nota de empenho em favor da contratada só deverá ser efetuada após consulta ao CADIN, conforme estabelece o inciso III do artigo 6º da Lei nº 10.522/2002.

5. É facultado a Administração, quando a licitante vencedora não comparecer para assinar o instrumento de contrato no prazo e condições estabelecidos, chamar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo, podendo, ainda, revogar a licitação, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

6. Como condição para celebração do contrato, a licitante adjudicatária deverá apresentar, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados a partir da convocação para sua assinatura, o seguinte documento:

6.1. Declaração de que está regularmente inscrita no Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME e EPP – Simples Nacional - para efeito do disposto no inciso XI, art. 4º da IN RFB nº 1234/2012, se for o caso, em 2 (duas) vias, assinada pelo seu representante legal, conforme modelo constante do Anexo IV da referida IN.

CAPÍTULO XVI – DA GARANTIA

1. Para fiel cumprimento das obrigações assumidas, a contratada apresentará no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data de entrega da via assinada do contrato ou termo aditivo pelo TSE, comprovante de prestação da garantia no valor de R\$ _____ (_____), correspondente a 5% (cinco por cento) do preço contratado, em uma das modalidades previstas no § 1º do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

1.1. Nas modalidades seguro-garantia ou fiança bancária, o prazo de validade deverá ser superior ao da vigência do contrato em pelo menos 3 (três) meses, de sorte a contemplar tempo hábil para o pagamento de verbas rescisórias aos trabalhadores alocados na execução contratual.

a.1) Nessas modalidades, a garantia deverá contemplar obrigatoriamente todos os eventos indicados no item 3 deste Capítulo.

a.2) O termo final da vigência da apólice ou da fiança bancária será suspenso a partir da comunicação feita à seguradora ou à instituição bancária do evento ocorrido na execução do contrato, que possa ser objeto de cobertura pela garantia, e enquanto necessário à solução final sobre a indenização.

1.2. A caução em dinheiro deverá ser efetuada em banco oficial, em conta específica, a benefício do TSE. O valor depositado deverá ser corrigido monetariamente.

2. Nos casos de alteração ou de prorrogação da vigência do contrato, e ainda por qualquer motivo que o tornar insuficiente, o valor da garantia deverá ser ajustado à nova realidade, seguindo os mesmos parâmetros utilizados na contratação.

2.1. A base de cálculo para incidência da multa será o valor sem cobertura, em razão do acréscimo contratual, da prorrogação ou da insuficiência da garantia.

3. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deverá assegurar o pagamento de:

3.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do contrato.

3.2. Sanções pecuniárias aplicadas à contratada.

3.3. Prejuízos causados ao TSE por culpa ou dolo de representantes, prepostos e empregados da contratada; e

4. A garantia somente não será executada nas seguintes hipóteses:

4.1. Caso fortuito ou força maior.

4.2. Descumprimento das obrigações pela contratada decorrente de atos ou fatos exclusivamente imputados à Administração.

4.3. Prática de atos ilícitos dolosos por servidores da Administração.

5. Para efeitos da execução do seguro-garantia ou da fiança bancária, os inadimplementos contratuais deverão ser comunicados pelo TSE à Instituição Garantidora dentro do respectivo prazo de vigência.

6. A garantia ou a parte remanescente será devolvida à contratada após comprovado o cumprimento integral das obrigações contratuais.

7. A garantia será considerada extinta com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração da Administração, mediante termo circunstanciado, de que a contratada cumpriu todas as cláusulas do contrato.

CAPÍTULO XVII - DA REMUNERAÇÃO E DO PAGAMENTO

1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sexta e Sétima da minuta do contrato - Anexo II deste Edital, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços observado o disposto no Capítulo VIII deste Edital.

2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Nona da minuta de contrato - Anexo II deste Edital.

CAPÍTULO XVIII - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

1. Será aplicada à contratada multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre o valor estimado desta contratação previsto no subitem 3.4.4.2.1 do Capítulo X deste Edital, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;

b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo TSE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Doze da Minuta de Contrato (Anexo II).

CAPÍTULO XIX - DOS CRÉDITOS ORÇAMENTÁRIOS

1. A despesa decorrente da prestação dos serviços objeto desta concorrência correrá à conta dos créditos orçamentários consignados à Justiça Eleitoral no Orçamento da União, para o Exercício de 2021, nas Ações 02.131.0570.2549.0001 - Comunicação e Divulgação

2. O valor da contratação decorrente desta licitação está estimado em R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

3. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2021 consta da Lei Orçamentária Anual nas ações orçamentárias de Comunicação e Divulgação Institucional e Pleitos Eleitorais.

4. O Tribunal Superior Eleitoral se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

5. No interesse do TSE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

6. Se o TSE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

CAPÍTULO XX – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

2. A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder a vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do TSE para a execução do contrato.

3. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos itens 1 e 2 deste Capítulo.

4. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se o TSE tiver conhecimento de fato desabonador a sua classificação técnica ou a sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da adjudicatária, por fatos referidos no subitem precedente, o TSE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, ou revogar esta concorrência.

5. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o TSE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o TSE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

9. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do certame ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

10.2. O TSE poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

12. Correrão por conta do TSE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. 61 da Lei nº 8.666/1993.

13. Caso qualquer documento apresentado pela licitante tenha sido emitido em língua estrangeira, este deverá estar acompanhado da respectiva tradução para a língua portuguesa, efetuada por tradutor juramentado, e devidamente autenticado pela via consular ou registrado em cartório de títulos e documentos, nos termos do Decreto nº 13.609/1943, Lei nº 6.015/73 e demais normas de regência.

13.1. Se traduzido para a língua portuguesa no exterior, a tradução deverá ter sido efetuada por profissional qualificado, segundo as leis do país de origem e os documentos autenticados pela via consular.

14. As licitantes interessadas em participar desta concorrência poderão retirar gratuitamente cópia deste Edital no sítio eletrônico www.tse.jus.br, ficando a seu encargo acompanhar no Diário Oficial da União e/ou no endereço eletrônico citado eventuais alterações ou informações sobre esta licitação.

15. As licitantes poderão formular consultas, solicitar informações e obter esclarecimentos relativos à licitação pelo e-mail questionamento.licita@tse.jus.br ou, nos dias úteis, pelos telefones 3030-8167/8173, haja vista as medidas de isolamento preventivas à propagação do novo Coronavírus (COVID-19).

15.1. Os pedidos de esclarecimentos referentes a este Edital deverão ser enviados à Comissão Permanente de Licitação até 7 (sete) dias úteis anteriores à data fixada para a apresentação das propostas, ou seja, até o dia **19 de agosto de 2021, às 19 horas, inclusive**.

15.2. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos

pela Comissão Permanente de Licitação até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas Técnicas e de Preços, exclusivamente, mediante divulgação no site mencionado no item 14 deste Capítulo, sem identificar a licitante consulente e seu representante.

15.2.1. Caberá às interessadas acessar o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

15.3. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

15.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no Preâmbulo deste Edital.

16. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital perante a Comissão Permanente de Licitação:

16.1. cidadão que não se manifestar até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, ou seja, até o dia **23 de agosto de 2021, às 19 horas, inclusive.**

16.2. A licitante que não se manifestar até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, ou seja, até o dia **26 de agosto de 2021, às 19 horas, inclusive.**

16.3. O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 11 às 19 horas, no Protocolo Administrativo, sala V-101, no Setor de Administração Federal Sul, Quadra 7, Lotes 1/2, Edifício Sede do TSE, em Brasília/DF.

16.4. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail questionamento.licita@tse.jus.br, observados os prazos descritos nos subitens 16.1 e 16.2 deste Capítulo. Neste caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e no horário previstos no subitem 16.3, em até 5 (cinco) dias corridos contados do encaminhamento do e-mail.

16.5. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

16.6. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

16.7. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

ADAÍRES AGUIAR LIMA
SECRETÁRIO(A) DE ADMINISTRAÇÃO

 Documento assinado eletronicamente em **12/07/2021, às 10:11**, conforme art. 1º, §2º, III, b, da [Lei 11.419/2006](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida em https://sei.tse.jus.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0&cv=1704280&crc=CAC2874A, informando, caso não preenchido, o código verificador **1704280** e o código CRC **CAC2874A**.



TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
OUTRO(S) ANEXO(S) DA MINUTA DE EDITAL

EDITAL DE LICITAÇÃO TSE Nº 2/2021

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

TIPO: MELHOR TÉCNICA

ANEXO I
BRIEFING

MINUTA

SITUAÇÃO GERAL

O Brasil vive um momento de grande turbulência e polarização política e social, com reflexos claros na relação do eleitor com as eleições e com a Justiça Eleitoral.

Pesquisa de opinião realizada após as Eleições Municipais 2020 reforçou dados já detectados em levantamentos anteriores que apontam que, apesar de ter seu nome reconhecido, há um completo desconhecimento por parte do eleitor sobre a estrutura e competências e limitações do papel da Justiça Eleitoral, o que gera expectativas inviáveis tais como atuação da Justiça nas campanhas dos candidatos para coibir promessas não exequíveis, assim como o acompanhamento dos eleitos quanto ao cumprimento das promessas de campanha.

O somatório da crise social, econômica e política às expectativas frustradas, estabelecem um quadro de desânimo, pessimismo e desalento que afasta o eleitorado do debate democrático e, principalmente, do exercício de seu direito de voto. A situação é tão crítica que o termo “democracia” não foi citado nenhuma vez nos grupos focais ou em questões abertas na Pesquisa Pós-Eleitoral 2020.

Outro fator que acomete as eleições e a democracia de maneira nociva é a propagação de notícias falsas e da desinformação. A disseminação de conteúdos inverídicos e descontextualizados colabora de maneira decisiva para a descredibilização do processo eleitoral, gerando oportunidades para a aderência de discursos difamatórios sobre a segurança do voto eletrônico e a necessidade do voto impresso, de manipulações de votações e outros tipos de acusações inverídicas e mentiras que sugerem negativamente o eleitorado.

Não obstante, a crescente polarização do eleitorado, motivada por questões ideológicas e pela desinformação que impulsiona o discurso de ódio, fomenta a intolerância e inviabiliza em vários setores da sociedade - e em contextos comunitários e familiares - o ambiente favorável ao diálogo. Esse tensionamento favorece o crescimento da violência política, que desmotiva cidadãs e cidadãos a participarem ativamente do processo eleitoral.

A situação é ainda mais crítica entre os jovens (16 a 20 anos). Pesquisa de Percepção dos Jovens sobre Eleições e Democracia apontou que esse segmento do público não apenas está desmotivado, como não se sente ‘convidado’ a participar do debate político. “Não sou obrigado”, “não faz diferença” e “nenhum deles me representa” foram frases recorrentes.

Nesse contexto, o principal desafio de comunicação do TSE é, nesse

momento de desânimo, descrédito do processo eleitoral, intolerância e pessimismo, atrair o eleitor a acreditar, conhecer e participar do processo eleitoral. Para tal, é fundamental esclarecer e informar a população sobre não apenas a Justiça Eleitoral, mas o processo eleitoral no Brasil. Somente uma população informada e esclarecida pode participar plenamente da democracia.

Por isso, se faz necessário propostas de comunicação que não apenas informem e conscientizem o eleitor, mas que provoquem empatia, isto é, onde o eleitor se reconheça e perceba a importância de seu voto e sua participação como agente de mudança.

TEMA

A democracia está inerentemente relacionada ao processo de voto que, para se concretizar como agente efetivo de mudança, exige envolvimento e comprometimento do eleitor em todas as suas etapas. Porém, como citado, nas pesquisas realizadas pelo TSE, os eleitores não fazem essa relação.

Em um ano com eleições gerais como 2022, a Justiça Eleitoral precisa promover uma série de ações de comunicação para conscientizar, informar e esclarecer o eleitor sobre diversas questões relacionadas ao alistamento eleitoral, ferramentas disponíveis no arcabouço jurídico para o exercício pleno da cidadania e o conseqüente fortalecimento da democracia.

Caberá, assim, à agência de comunicação apresentar Plano de Comunicação que tenha como objetivo conscientizar a sociedade sobre a relação entre Eleições e Democracia, bem como ampliar a compreensão sobre a estrutura e abrangência da Justiça Eleitoral, suas competências e limitações.

DESAFIO

Neste contexto, foram destacados alguns temas a serem trabalhados como desafios de comunicação:

- fortalecer a imagem e a credibilidade da Justiça Eleitoral;
- comunicar que o voto é um agente de mudança e de construção do futuro do Brasil;
- dar transparência à segurança do processo eleitoral eletrônico e demonstrar sua capacidade de ser auditável.
- No que se refere ao combate das fake news que acometem o processo eleitoral, as ações de comunicação devem estar baseadas 1) na disseminação de conteúdos oficiais, verídicos e checados, 2) na capacitação do eleitorado para a checagem de notícias e conteúdos suspeitos e 3) no incentivo à denúncia de comportamentos inautênticos.

Deverá ser apresentada proposta de planejamento de comunicação integrando e relacionando diferentes ações estratégicas com o objetivo de esclarecer o eleitor sobre esses pontos específicos, sempre tendo como pano de fundo a democracia.

É fundamental a integração de diferentes mídias (*crossmedia*) e abordagens para segmentos diversos de público.

Mais informações e detalhes sobre o TSE, a estrutura da Justiça Eleitoral, sistema eletrônico de votação e o perfil do eleitorado brasileiro estão disponíveis no Portal do Justiça Eleitoral (www.tse.jus.br).

OBJETIVOS

- Resgatar a segurança e a credibilidade da Justiça eleitoral e do processo eleitoral
- Promover o voto como agente de mudança
- Conscientizar a população sobre a importância do voto para

a democracia

- Informar e esclarecer o eleitor sobre as medidas de segurança adotadas para o processo eleitoral eletrônico.
 - Com relação à mobilização de parlamentares e cidadãos em favor da adoção do voto impresso, cabem às ações de comunicação do TSE esclarecer e desmistificar questões relacionadas à segurança do processo eleitoral. Demonstrando o funcionamento do sistema eletrônico, seus benefícios e os requisitos que asseguram o sigilo e a apuração dos votos. Caso o Congresso Nacional aprove a inclusão do voto impresso no rito eleitoral, caberá à Justiça Eleitoral cumprir a legislação estabelecida e informar a população sobre os novos procedimentos e protocolos inerentes a essa mudança.

PÚBLICOS DE INTERESSE

O público-alvo das campanhas institucionais da Justiça Eleitoral é o conjunto da sociedade brasileira, especialmente os mais de 146 milhões de brasileiros cadastrados como eleitores. Nesse universo, estão incluídas as pessoas para quem o voto é facultativo: as que têm 16 ou 17 anos, as analfabetas e as com 70 anos ou mais.

As ações de comunicação podem/devem ser direcionadas a públicos específicos, como mulheres, jovens, negros, indígenas, pessoas com deficiência e brasileiros cadastrados para votar no exterior.

- De acordo com estudos estatísticos do TSE, tem havido queda gradual no número de jovens de 16 e 17 anos que procuram o cartório eleitoral para se alistar no período que antecede as eleições presidenciais. Nessa faixa etária, o voto é facultativo. As campanhas de rádio e TV sobre o alistamento eleitoral já tiveram peças direcionadas especialmente a esse público.
- Outro público específico é o de eleitores no exterior. O Itamaraty estima que cerca de 3,1 milhões de brasileiros residam fora do país, número muito superior ao universo de 354.184 mil eleitores inscritos, em 2014, para votar em outro país. Com base nesses dados, a Justiça Eleitoral constatou a necessidade de conscientizar os eleitores brasileiros que vivem fora do Brasil sobre a importância de regularizarem sua situação nas representações diplomáticas e não ficarem omissos em relação ao processo eleitoral.
- O eleitor com deficiência pode solicitar, até o fechamento do cadastro eleitoral (150 dias antes das eleições), a sua transferência para um local de votação de fácil acesso.

Detalhamento de perfil sociodemográfico e psicológico pode ser encontrado no Portal da Justiça Eleitoral – Informações sobre TSE e Justiça Eleitoral.

PRAÇAS

As ações de comunicação da Justiça Eleitoral são usadas tanto nacional como localmente, podendo ser desenvolvidas soluções de apelo regional.

PERÍODO

O ano de 2022 é ano de eleições gerais e o desafio de comunicação proposto neste *briefing* deve considerar todo o ano eleitoral. No planejamento da campanha devem ser apresentados os prazos e períodos para cada atividade proposta.

Importante destacar que o calendário de ações de comunicação da Justiça Eleitoral para anos eleitoral e não-eleitoral prevê ações durante todo o ano com temáticas diversas.

VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

No cálculo da alocação dos valores para a execução da solução proposta ao desafio aqui apresentado, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Informações sobre o TSE, a Justiça Eleitoral e o eleitorado brasileiro estão disponíveis no Portal do Justiça Eleitoral.

O TSE disponibiliza em seu portal um catálogo de publicações das quais apresentamos a seguir uma seleção de conteúdos de interesse:

- **Eleições no Brasil: uma história de 500 anos**
- <http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/tse-eleicoes-no-brasil-uma-historia-de-500-anos-2014.pdf>
- **Cartilha Eleitor Consciente**
- http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/cartilha-eleitor-consciente/cartilha_eleitorconsciente_web.pdf
- **Livro Institucional**
- <http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/livro-institucional.pdf>
- **Por dentro da urna**
- http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/57_porDentroDaUrna1.2.pdf
- **QR Code no boletim de urna**
- <http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/qr-code-no-boletim-de-urna-1-4.pdf>
- **Sistema eletrônico de votação: perguntas mais frequentes**
- <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-perguntas-mais-frequentes-sistema-eletronico-de-votacao>
- **Teste Público de Segurança 2016**
- <http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/teste-publico-de-seguranca-2016-compendio.pdf>
- **Tribunal Superior Eleitoral: 60 anos**
- http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/tse_60/tse_60.pdf
- **Urna eletrônica: 20 anos a favor da democracia**
- http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/urna_eletronica/livreto-urna-programa-educativo_web.pdf
- **Eleitorado Brasileiro 2016/2017**
- <http://www.tse.jus.br/eleitor/estatisticas-de-eleitorado/estatisticas-de-eleitorado>

Também estão disponíveis os resultados de pesquisas de opinião realizadas pelos TSE:

Pesquisa Qualitativa e Quantitativa Pós-Eleições 2016

<http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/3509>

Pesquisa de Opinião Pública: Percepção dos Jovens 16-20 sobre Eleições, Política e Democracia

<http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/3511>

<http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/3510>

Pesquisa Qualitativa e Quantitativa Pré-Eleições 2016

<http://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/pesquisa-pre-eleicoes-2016.pdf>

Pesquisa Qualitativa e Quantitativa Pós-Eleições 2014

<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-pesquisa-eleicoes-2014>

RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A Justiça Eleitoral conta com os seguintes recursos que podem ser subsidiariamente utilizados nos esforços de comunicação:

- Portal do **TSE na internet** e sítios eletrônicos dos 27 TREs;
- Secretaria de Comunicação do **TSE e dos TREs**, formadas por servidores e profissionais terceirizados, com especialização em diferentes áreas.
- **Núcleo de Rádio e TV** do TSE, responsável pela produção e distribuição de material jornalístico para a TV Justiça e outras emissoras parceiras, assim como produção de material audiovisual informativo;
- Presença nas **Redes Sociais**: canal de vídeo do Youtube do TSE e de alguns TREs; Perfil oficial no Twitter do TSE e de vários TREs; Página institucional no Facebook do TSE e de vários TREs.
- Parcerias com **emissoras de televisão e rádio** para veiculação gratuita de peças de comunicação institucional.

A produção audiovisual do TSE é disponibilizada por meio das redes sociais e em sua maioria está disponível no Canal da Justiça Eleitoral no Youtube: www.youtube.com/justicaeleitoral.

ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

As campanhas mais recentes da Justiça Eleitoral estão disponíveis em seu portal: <http://www.tse.jus.br/imprensa/campanhas-publicitarias>

a. Campanhas em períodos eleitorais

Desde as eleições gerais de 2006, as campanhas da Justiça Eleitoral têm enfatizado a importância do voto. Naquele ano, o slogan foi “Pense e vote – O Brasil está nas suas mãos”, e a campanha foi composta por 32 filmes e 32 spots de rádio.

Nas eleições municipais de 2008, nas eleições gerais de 2010 e nas eleições municipais de 2012, as campanhas na televisão e no rádio desenvolveram-se em fases, com o objetivo de, no primeiro momento, chamar a atenção do eleitor para o poder que o voto propicia de decidir o destino do país.

Em 2008, sob o slogan “O futuro da sua cidade é o seu futuro”, o eleitor era estimulado a perceber que ele leva poucos segundos para votar, mas, caso faça uma escolha não consciente, as consequências vão se refletir pelos próximos quatro anos. Foram veiculados 27 filmes para TV e 22 spots de rádio, em três fases distintas.

Em 2010, sob o slogan “Você pode escolher o seu destino”, foram veiculados 26 filmes e 26 spots, em quatro fases distintas, sendo a última para o segundo turno, que abrangeu todo o país. O conteúdo da campanha foi divulgado em um site na internet específico para a campanha (www.eleicoes2010.jus.br).

Em 2012 foram veiculados 15 filmes e 15 spots. O mote da campanha foi focalizado no voto limpo, todo o conteúdo da campanha ficou disponível em hot site, com acesso pelo portal do TSE. As principais finalidades foram conscientizar o eleitor sobre a importância do voto e

motivá-lo a deixar a condição de passividade para participar do processo eleitoral, destacando que ele é o protagonista da história do país.

Já nas Eleições 2014, foram criados 25 vídeos, 19 spots, 11 cartazes e mais de 100 posts para veiculação nas redes sociais. Com o tema #VemPraUrna, o TSE buscou incentivar o eleitor a comparecer às urnas no dia das eleições, enfatizando a sua importância na construção da democracia brasileira.

No primeiro semestre de 2016, foram veiculadas campanhas de incentivo à participação do jovem eleitor, dos portadores de necessidades especiais e das mulheres no processo eleitoral brasileiro. Além disso, visando preparar o eleitor para eleições municipais, foram criadas campanhas esclarecendo as funções do prefeito e do vereador, bem como as atribuições da Justiça Eleitoral. A partir de setembro foi lançada uma segunda fase da campanha, com cartazes, 7 filmes e 7 spots, todos com versões especiais para redes sociais.

Em 2020, foram veiculadas 16 campanhas nacionais, que abordaram a participação de mais jovens e mulheres na política, o combate à desinformação e à polarização, a importância da democracia, o incentivo à participação nas Eleições 2020 como mesário voluntário, a importância da checagem de notícias e os cuidados sanitários que deviam ser adotados para o voto em ano de pandemia. Foram produzidas mais de 100 peças publicitárias, entre vídeos, spots e cartazes.

b. Campanhas em períodos não eleitorais

Fora do período eleitoral, a Justiça Eleitoral se mantém ativa na promoção de informações sobre o sistema eleitoral, além da promoção da democracia, da acessibilidade, diversidade e igualdade de gênero.

Uma demanda crescente são campanhas para a convocação de eleitores para o cadastramento com a finalidade de identificação biométrica. No final de 2009 e início de 2010, essa ação foi direcionada a 1.136.140 eleitores, em 60 municípios. Com a expansão do projeto, o público-alvo da campanha aumentou em 2012 para oito milhões de pessoas. Em 2017 foi implementada uma ampla e abrangente campanha nacional com o mote “A digital de cada um faz a diferença”, com abordagem local para promover a biometria em todo o país. Foram criados 30 personagens e elaborado um jingle com cinco versões regionais, além de um filme animado também com cinco versões regionais. Cada estado pode fazer finalizações personalizadas das peças e negociou com parceiros locais a sua divulgação. A campanha também incluiu diversas peças gráficas e a publicação de uma revista temática de passatempo (Coquetel), além de uma ampla ação descentralizada e segmentada nas redes sociais. O TSE tem o direito autoral do conceito e personagens da campanha, assim como negociação aberta com os autores de filmes e jingles para que as peças possam continuar a ser usada e versionadas durante todo o período de cadastramento biométrico.

Outros temas recorrentes e estabelecidos em lei para realização de ações de comunicação são: Participação feminina da política; Jovem eleitor; Acessibilidade e eleitor deficiente; Mesário voluntário.

Todas as ações de comunicação devem ser assinadas utilizando a marca da Justiça Eleitoral, podendo ser desenvolvidas marcas próprias para uma Eleição (como o caso do #VemPraRua e #SeuVotoSuaVoz) ou para um tema.

c. Quadro Resumo – Investimentos publicitários

Uma análise das planilhas de pagamentos nos três anos anteriores à 2019 indicou que o TSE demandou/realizou cinco grandes tipos de serviços, cujos gastos foram distribuídos da seguinte forma:

	2014	2015	2016	2017	2018
Audiovisual	R\$ 4.579.060,27 78%	R\$ 801.606,54 80%	R\$ 2.858.705,02 64%	R\$ 2.446.421,89 56%	R\$ 1.805.389,61 67%
Criação & Design	R\$ 192.597,82 3%	R\$ 56.952,45 6%	R\$ 272.614,89 6%	R\$ 65.938,26 2%	R\$ 316.825,66 12%
Pesquisa & Análise	R\$ 425.398,52 7%	R\$ 7.968,75 1%	R\$ 976.536,26 22%	R\$ 377.506,29 9%	R\$ 0,00 0%
Produção & Impressão	R\$ 26.480,00 0%	R\$ 128.455,66 13%	R\$ 26.882,81 1%	R\$ 1.021.098,29 23%	R\$ 139.798,69 5%
Mídia & Distribuição	R\$ 646.727,94 11%	R\$ 8.534,50 1%	R\$ 340.817,66 8%	R\$ 452.978,05 10%	R\$ 437.551,52 16%
TOTAL	R\$ 5.870.264,55	R\$ 1.003.517,90	R\$ 4.475.556,64	R\$ 4.363.942,78	R\$ 2.699.565,48

Os gastos do último ano eleitoral de 2020, juntamente com as campanhas realizadas ao final de 2019, somaram:

2019 / 2020	Audiovisual	Criação & Design	Pesquisa & Análise	Produção & Impressão	Mídia & Distribuição	TOTAL
	R\$ 2.779.259,96	R\$ 262.799,98	R\$ 34.291,89	R\$ 3.339,00	R\$ 3.740.173,76	R\$ 6.819.864,59

Audiovisual: produção de filmes e vídeos de uso diverso (tv, cinema, mídia indoor, internet, eventos), incluindo legendagem, audiodescrição e interpretação em libras; jingles, trilhas e spots (rádio, internet e outras mídias); produção e compra de fotos, imagens e ilustrações.

Criação & design: elaboração de artes, layouts e identidade visual para peças gráficas impressas e eletrônicas; desenvolvimento de logomarcas, selos, personagens, ilustrações, ícones, infográficos e outros elementos visuais; elaboração de textos, roteiros, conteúdos para peças de comunicação não jornalística.

Distribuição: serviço especializado cópia, adequação e distribuição de material para veículos de comunicação. Grandes emissoras, como Globo, Band, SBT e Record só aceitam receber material para veiculação por meio dessas empresas.

Pesquisa & Análise: planejamento e execução de pesquisas qualitativas e quantitativas, e outros instrumentos de avaliação, tais como diagnósticos de cenário, mapa de influenciadores, monitoramento e análise estratégica de redes sociais, análise de mídia, entre outros.

Produção & Impressão: impressão de materiais gráficos diversos e produção de materiais de suporte à comunicação, tais como camisetas, displays e outros materiais.

Mídia: veiculação paga, realizada exclusivamente em redes sociais.

A transformação digital mudou a sociedade na última década e teve grande impacto na comunicação, que passou a contar com novos canais de comunicação direta com a sociedade baseados na internet (especialmente as redes sociais) e um público ávido por agilidade, transparência e interação. Com base nesse novo contexto e novas demandas, as estratégias de comunicação também mudaram e exigem um novo modelo de serviços que venha atender este desafio de prestar informação, mobilizar, engajar, educar e oferecer facilidades por meio de uma comunicação transparente, inclusiva, abrangente e engajadora, que vá além do simples processo informativo ou da propaganda, e que possa estabelecer uma efetiva relação entre o TSE e os cidadãos/eleitores.

Sendo assim, espera-se que as mudanças na distribuição dos investimentos já verificadas em 2016 se aprofundem em 2017 e seja ainda mais marcada em 2022, quando o TSE deverá realizar diversas campanhas nacionais para as Eleições.

COMPOSIÇÃO DE PRODUTOS/SERVIÇOS E CUSTO

As soluções propostas devem levar em consideração a capilaridade da Justiça Eleitoral, os recursos próprios e de terceiros disponíveis e as particularidades dos diferentes segmentos de público a serem abrangidos.

A proposta deve considerar o uso de soluções inovadoras de

comunicação, assim como a otimização dos recursos orçamentários limitados, levando em consideração que existem outros temas e ações de comunicação que precisam ser realizadas durante o ano.

A licitante deverá apresentar orçamento do projeto levando em consideração os valores e descontos em sua proposta. No caso de serviços complementares, deverão ser incluídas estimativas de custo real de mercado, acrescidos dos honorários propostos.

A proposta deve especificar prazos para realização das ações, assim como especificação de produtos e serviços, com suas respectivas quantidades.

ANEXO I-I

MODELO DE PROCURAÇÃO

<p>Outorgante</p> <p>Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)</p> <p>Outorgado</p> <p>Representante devidamente qualificado</p> <p>Objeto</p> <p>Representar a outorgante na Concorrência n° XX /2021.</p> <p>Poderes</p> <p>Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.</p> <p>local e data</p> <p>nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais</p>
--

Observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação.

ANEXO I-II

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

Referente Concorrência nº XX /2021 – Tribunal Superior Eleitoral

1. Preços sujeitos a valoração

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido ao TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, referentes à peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados do TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento):

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento)

e) honorários, a serem cobrados do TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização dessa distribuição que não lhes proporcione o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento)

- Os honorários de remuneração de que trata o item "e)" acima não estão vinculados à serviços externos não correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

f) percentual de repasse de% (.....por cento), da CONTRATADA ao CONTRATANTE, do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor final efetivo acertado para cada veiculação.

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 3 do Capítulo VII do Edital de Licitação TSE nº ____/2021.

2. Outras declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Oitava da Minuta de Contrato (Anexo III).

2.2 Estamos cientes de que o TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, nos termos da Cláusula Nona da minuta de Contrato - Anexo II do Edital da Licitação TSE nº __/2021.

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

ANEXO I-III

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

:

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por, no mínimo, 03 integrantes formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital de Licitação TSE nº __/2021, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Permanente de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Permanente de Licitação.

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica.

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento.

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupa para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento.

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência.

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica.

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento.

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Permanente de Licitação.

Data: ____ de _____ de 2021.

Assinatura

ANEXO I-IV

INSTRUÇÕES PARA O JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Para efeito de julgamento das propostas técnicas, a Comissão Técnica observará os critérios definidos neste anexo.

1. Nomenclatura

Quesito ou subquesito: questão sobre a qual será colocado o juízo da Comissão Técnica. Nível hierárquico de caráter restritivo, que estabelece o menor conjunto com características próprias e semelhantes para aferição de notas.

Critério: conceito apropriado para a determinação padronizada da avaliação.

- Apresentados na **Tabela de Valores de Quesitos (Anexo I-V)**, com escala de intervalo e grau máximo estabelecidos.

QUESITO OU SUBQUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio básico	15 pontos
Estratégia de comunicação publicitária	20 pontos
Ideia criativa	25 pontos
Estratégia de mídia e não mídia	10 pontos
Capacidade de atendimento	10 pontos
Repertório	10 pontos
Relatos de solução de problemas de comunicação	10 pontos

Exemplo:

2. Metodologia de aferição

Para obtenção das notas será utilizada a pontuação dos quesitos, cuja correspondência deve respeitar os blocos descritos na Tabela de Valores de Quesitos – Anexo I-V

A nota final deverá apresentar uma casa decimal, utilizando-se o arredondamento das casas seguintes por emprego de um algarismo significativo; ou seja: valores menores do que “5” não alteram a casa decimal. Valores superiores ou iguais a “5” alteram a casa decimal em mais uma unidade.

Para aferição da nota final dos quesitos - **Raciocínio Básico; Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa** será efetuada a proporção obtida através de regra de três simples, onde:

$$\text{NOTA} = \frac{\text{PONTOS DADOS PELO AVALIADOR} \times \text{PONTUAÇÃO DO QUESITO (SUBQUESITOS)}}{\text{PONTUAÇÃO DO GRUPO DE CRITÉRIOS (BLOCO)}}$$

Portanto, a NOTA FINAL dos avaliadores será obtida através da relação do somatório dos pontos multiplicado pela pontuação do quesito, sendo esse produto dividido pelo valor total da pontuação do grupo de critérios correspondentes.

Exemplo 1:

Pontuação Ideia Criativa = 25 Pontuação do grupo de critérios = 70

Somatório obtido pela pontuação do avaliador = 45,7

Nota = $(45,7 \times 25) / 70 = 16,32$

Nota final: 16,3 (pelos critérios de arredondamento)

Exemplo 2:

Pontuação Raciocínio Básico = 15 Pontuação do Grupo de critérios = 30

Somatório obtido pela pontuação do avaliador = 20,9

Nota = $(20,9 \times 15) / 30 = 10,45$

Nota final: 10,5

Exemplo 3:

Pontuação Capacidade Atendimento = 10 Pontuação Grupo de critérios = 50

Somatório obtido pela pontuação do avaliador = 36,7

Nota = $(10 \times 36,7) / 50 = 7,34$

Nota final = 7,3

A nota final da Comissão Técnica será obtida pela média aritmética obtida da pontuação dos três avaliadores.

3. Reconsideração das notas de avaliação

A Comissão Técnica deverá reavaliar a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior nota e a menor nota concedidas pelos avaliadores for superior a 20 % da pontuação máxima do quesito. Estipulam-se, então, as diferenças máximas:

QUESITO OU SUBQUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio básico	3 pontos
Estratégia de comunicação publicitária	4 pontos
Ideia criativa	5 pontos
Estratégia de mídia e não mídia	2 pontos
Capacidade de atendimento	2 pontos
Repertório	2 pontos
Relatos de solução de problemas de comunicação	2 pontos

Exemplo:

No primeiro exemplo dado nessa Instrução a nota do primeiro avaliador foi:

Primeira Nota = $(45,7 \times 25) / 70 = 16,32$ **Nota final = 16,3**

Caso o segundo avaliador tivesse dado a pontuação total dos critérios para o respectivo subquesito de 51 pontos e um terceiro avaliador tivesse dado pontuação total de 56,4 pontos teríamos:

Segunda nota = $(51,0 \times 25) / 70 = 18,21$ **Nota final = 18,2**

Terceira nota = $(56,4 \times 25) / 70 = 20,14$ **Nota final = 20,1**

A diferença entre a maior nota 20,1 a menor nota 16,3 é **4,1**, situação de equilíbrio, pois **não foi maior que** diferença máxima para o quesito.

Se o intervalo fosse **maior do que 5** a Comissão Técnica deveria reavaliar a pontuação dos critérios para a obtenção do equilíbrio.

SECRETÁRIO(A) DE ADMINISTRAÇÃO

 Documento assinado eletronicamente em **12/07/2021, às 10:12**, conforme art. 1º, §2º, III, b, da [Lei 11.419/2006](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida em

https://sei.tse.jus.br/sei/controlador_externo.php?

[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0&cv=1704294&crc=DD91E5F2](https://sei.tse.jus.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0&cv=1704294&crc=DD91E5F2).

informando, caso não preenchido, o código verificador **1704294** e o código CRC

DD91E5F2.



TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

MINUTA DE CONTRATO

EDITAL DE LICITAÇÃO TSE Nº 2/2021

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

TIPO: MELHOR TÉCNICA

MINUTA

ANEXO II

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO
DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE QUE ENTRE
SI CELEBRAM O TRIBUNAL
SUPERIOR
ELEITORAL E**

O **TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL**, sediado no Setor de Administração Federal Sul, SAFS Q. 7, lotes 1 e 2, Brasília/DF, CNPJ nº 00.509.018/0001-13, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo(a), portador(a) da Carteira de Identidade nº, CPF nº, e, de outro lado, a empresa, com sede, na Cidade de, CNPJ nº, daqui por diante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada pelo seu, portador(a) da Carteira de Identidade nº, CPF nº, têm justo e acordado celebrar o presente **CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**, sob a regência das Leis nº 8.666/93, nº 12.232/2010 e nº 4.680/1965, Decretos nº 6.555/2008, nº 57.690/1966, nº 4.563/2002, nº 3.722/2001, bem como as Instruções Normativas SLTI/MP nº 02/2010, SECOM/PR nº 3/2018 e SECOM/PR nº 1/2017, no que couber, de acordo com o Procedimento Administrativo SEI nº 2021.00.000003338-3, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA

DO OBJETO

O presente contrato tem por objeto a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente cujo objetivo é o estudo, o planejamento, a conceitualização, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de ações publicitárias do **CONTRATANTE** junto a públicos de interesse, pelo período de 12 (doze) meses, prorrogável nos termos da lei, conforme especificações, exigências e prazos constantes do Edital de Licitação TSE nº ____/2021 e seu Anexo I, modalidade concorrência, e proposta da **CONTRATADA**, que passa a fazer parte deste instrumento, independentemente de transcrição, no que não conflitar com as disposições do Edital de Licitação TSE nº ____/2021 e deste instrumento.

1.1. Integram ainda o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

1.1.1. Os serviços elencados no subitem 1.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.1.2. O planejamento previsto no subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea *a* do subitem 1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.2. Os serviços objeto deste contrato não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de comunicação e divulgação.

1.3. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta do **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.4. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

CLÁUSULA SEGUNDA

DA EXECUÇÃO

A execução do objeto do presente contrato, sob o regime indireta de empreitada por preço unitário, será realizada com a prestação de serviços descrita em sua Cláusula Primeira, nas condições especificadas, por meio do estabelecimento da **CONTRATADA**, inscrito no CNPJ nº, de acordo com o Edital de Licitação TSE nº ____/2021, seu Anexo I e proposta vencedora.

CLÁUSULA TERCEIRA

DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

O CONTRATANTE:

1. Cumprirá todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**.

2. Fornecerá e colocará à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

3. Proporcionará condições para a boa execução dos serviços.

4. Verificará o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados pela **CONTRATADA**.

5. Notificará, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

6. Notificará a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

7. Permitirá que os funcionários da **CONTRATADA**, desde que devidamente identificados, tenham acesso às dependências do **CONTRATANTE**.

8. Designará servidor ou comissão de servidores para fiscalizar a execução do objeto contratual.

8.1. Serão nomeados três fiscais, um titular e dois substitutos, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

9. Fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

9.1. A fiscalização efetuada pelo **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

9.2. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do **CONTRATANTE**.

9.3. A ausência de comunicação por parte do **CONTRATANTE**, referente a irregularidade ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas neste contrato.

9.4. Ao **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela **CONTRATADA**.

10. Avaliará os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

10.1. A avaliação será efetuada pelo **CONTRATANTE** para apurar a necessidade de solicitar da **CONTRATADA** correções que visem maior qualidade dos serviços prestados e decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual.

10.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada aos fiscais deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

11. Efetuará o pagamento à **CONTRATADA** segundo as condições estabelecidas na Cláusula Nona deste contrato.

12. Cobrará a escolha de veículos de mídia para veiculação de campanhas diversas com base em pesquisas e dados técnicos comprovados.

CLÁUSULA QUARTA

DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

A **CONTRATADA** obriga-se a:

1. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

1.1. A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30

(trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 01 (um) profissional de atendimento: experiência comprovada de, no mínimo, 01 (um) ano em atendimento de publicidade;

b) 01 (uma) dupla de criação: experiência comprovada de, no mínimo, 02 (dois) anos na criação/redação tradicional e pelo menos 1 (um) ano de experiência em criação/redação para o meio digital (internet/redes sociais);

c) 01 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica): experiência comprovada de, no mínimo, 02 (dois) anos em produção;

d) 01 (um) profissional de mídia: experiência comprovada em planejamento e execução de mídia convencional e digital.

1.1.1. O volume, a delicadeza e a característica dos serviços exigidos na contratação impõem a exigência da manutenção de profissionais com tempo relevante de atuação no mercado. A **CONTRATADA** deve estar segura ao contratar uma agência cujos profissionais tenham suficiente tempo de atuação na área: com um mínimo tempo de experiência que os permita identificar eventuais problemas de comunicação que possam surgir como subprodutos de seus trabalhos criativos.

1.2. A experiência profissional será comprovada por meio de declaração original ou cópia autenticada, contendo número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), em Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), em atestado de capacidade profissional e/ou mediante apresentação de portfólio com data de produção e antecedência compatível com a experiência necessária.

2. Executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo **CONTRATANTE**.

3. Utilizar na elaboração dos serviços objeto deste contrato os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao **CONTRATANTE**.

4. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir ao **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

4.1. Pertencem ao **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

4.1.1. O disposto no subitem 5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

4.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

4.3. A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do **CONTRATANTE**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha destes veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

4.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 2.1.1 e 2.2 da Cláusula Oitava deste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do **CONTRATANTE**.

6. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados ao **CONTRATANTE**:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores aptos a fornecer à **CONTRATADA** bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que conste da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação, deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito no CNPJ ou no CPF, e em atividade, e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação:

“Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

6.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização do **CONTRATANTE**.

6.2. O **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

6.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do **CONTRATANTE**.

6.4. Se e quando julgar conveniente, o **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

6.5. A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

6.6. Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Oitava deste contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

6.7. As disposições do item 7 e subitem 7.4 desta cláusula não se aplicam à compra de mídia.

7. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados para a execução do objeto deste contrato à prévia e expressa anuência do **CONTRATANTE**.

7.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II - algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

8. Obter a autorização prévia do **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada a este contrato.

8.1 A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

8.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime a **CONTRATADA** de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

8.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias do **CONTRATANTE** em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

9. Apresentar ao **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no item 6 da Cláusula Nona deste contrato, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

9.1. A autorização, pelo **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

10. Apresentar ao **CONTRATANTE**, como alternativa ao item 9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 4 da Cláusula Nona deste contrato, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

10.1. O estudo de que trata o item 10 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

10.1.1. O resultado da negociação global entre as partes vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

10.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

10.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo, o **CONTRATANTE** poderá solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

11. Encaminhar, sempre que solicitado pelo **CONTRATANTE**, sem

qualquer ônus, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

11.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação do **CONTRATANTE**.

12. Prestar os seguintes serviços ao **CONTRATANTE** a suas expensas:

a) manutenção de acervo da propaganda do **CONTRATANTE**, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

12.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e o **CONTRATANTE**, reservada a este a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

13. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos itens 11 e 12 desta Cláusula.

14. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo **CONTRATANTE**.

15. Entregar ao **CONTRATANTE**, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

16. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a **CONTRATADA** e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre o **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA**, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

16.1. O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE** após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

16.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o **CONTRATANTE** solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data destas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

18. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.

19. Prestar esclarecimentos ao **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

20. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

21. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

21.1. Verificadas irregularidades nas condições que ensejaram sua habilitação quanto à regularidade fiscal e a qualificação técnica referida no item 21, a **CONTRATADA** terá o prazo de 30 (trinta) dias corridos, contados da notificação da fiscalização, para regularizar a situação, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis, sem prejuízo da rescisão do contrato, a critério da Administração.

22. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

23. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

24. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

24.1. A inadimplência da **CONTRATADA**, com referência aos encargos suportados, não transfere a responsabilidade por seu pagamento ao **CONTRATANTE**, nem poderá onerar o objeto do contrato.

25. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

26. Apresentar, quando solicitado pelo **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

27. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos destes contratos, perante seus signatários e o próprio **CONTRATANTE**.

28. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do **CONTRATANTE**.

29. Responder perante o **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

29.1. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o **CONTRATANTE**.

30. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o **CONTRATANTE**.

31. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

32. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

33. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 3º da Lei nº 8.666/1993 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

34. Permitir e oferecer condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

34.1. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna do **CONTRATANTE** ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao **CONTRATANTE**.

35. Não transferir a outra agência de propaganda, no todo ou em parte, a execução do objeto deste contrato.

CLÁUSULA QUINTA

DO VALOR CONTRATUAL

1. O valor estimado para a prestação dos serviços objeto deste contrato é de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).

2. O Tribunal Superior Eleitoral se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3. No interesse do **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

CLÁUSULA SEXTA

DA REMUNERAÇÃO

1. Para a prestação dos serviços objetos deste contrato, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

1.1.% (<percentual por extenso>) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela **CONTRATADA**, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.1.1. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

1.1.2. A **CONTRATADA** se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e com os preços correspondentes a serem cobrados do **CONTRATANTE**, conforme previsto no subitem 1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

1.2. Honorários de% (<percentual por extenso>), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.3. Honorários de% (<percentual por extenso>), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização

de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III) à reimpressão de peças publicitárias.

1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

1.4. Honorários de% (<percentual por extenso>), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.5 Honorários de% (<percentual por extenso>), incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; .

1.5.1 Os honorários de remuneração de que trata este item não correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

2. Os honorários de que tratam os subitens desta Cláusula serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

3. A **CONTRATADA** não fará jus:

a) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo **CONTRATANTE**, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

5. As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do **CONTRATANTE**, quando da prorrogação deste

contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA

DO DESCONTO DE AGÊNCIA

1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sexta, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

1.1. O desconto será concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

2. A **CONTRATADA** repassará ao **CONTRATANTE**% (<percentual por extenso>) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor final efetivo acertado para cada veiculação.

CLÁUSULA OITAVA

DOS DIREITOS AUTORAIS

1. A **CONTRATADA** cede integralmente ao **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela **CONTRATADA**, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Sexta e Sétima deste contrato.

1.2. O **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados e prepostos.

1.3. A juízo do **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades, sem que caiba a eles ou ao **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a **CONTRATADA** solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo **CONTRATANTE**.

2.1. A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pelo **CONTRATANTE**, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 2.1.1 e 2.2 desta Cláusula.

2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo **CONTRATANTE** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice de Preço ao Consumidor Amplo - pesquisado pelo

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IPCA/IBGE ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo **CONTRATANTE** aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice de Preço ao Consumidor Amplo - pesquisado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IPCA/IBGE ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 2.1.1 e 2.2 desta Cláusula, o valor a ser pago pelo **CONTRATANTE** será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

4. A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo **CONTRATANTE**, após os procedimentos previstos no item 6 da Cláusula Quarta deste contrato.

5. A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela **CONTRATADA** ao fornecedor, sem que caiba ao **CONTRATANTE** qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o **CONTRATANTE** poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da **CONTRATADA** ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nas alíneas anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

5.1. Se o **CONTRATANTE** pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II deste item, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

6. O **CONTRATANTE** poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades. Nestes casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá, previamente, ao **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA NONA

LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO

1. Para a liquidação e pagamento das despesas, a **CONTRATADA** deverá

apresentar:

I. a correspondente nota fiscal que será por ela emitida em formato digital, em nome da **CONTRATANTE**, CNPJ nº 00.509.018/0001-13, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II. o documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados, que será emitido em nome da **CONTRATADA**, ou o documento fiscal do veículo de divulgação por serviço que enseje remuneração à agência por meio do desconto-padrão, que será emitido em nome da **CONTRATANTE**; e

III. o(s) documento(s) de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE**, no Setor de Administração Federal Sul - SAFS, Quadra 7, Lote 1/2, sala 915V - Assessoria de Imprensa e Comunicação Social.

1.2. O gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

1.3. O servidor responsável pelo atesto da nota fiscal terá o prazo de até 4 (quatro) dias para fazê-lo, contando-se esse prazo a partir do seu recebimento.

2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:

I – execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do item 1 desta Cláusula;

II - bens e serviços especializados prestados por fornecedores e a intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, desses: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 1 desta Cláusula;

III - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 1 desta Cláusula, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do item 4 desta Cláusula.

2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do item anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha - cuja apuração deverá ser demonstrada em consonância com a quantidade de itens de preço prejudicados - e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

2.2. É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia ao **CONTRATANTE**.

3. O pagamento das despesas será feito fora do mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos itens 1 e 2 desta Cláusula.

3.1. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o **CONTRATANTE**, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

3.2. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

4. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do item 2 desta Cláusula, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para o **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original.

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça.

III - Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos itens 9 ou 10 da Cláusula Quarta deste contrato, perante o **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

4.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos itens 9 ou 10 da Cláusula Quarta deste contrato, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação.

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a **CONTRATADA** poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem.

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a **CONTRATADA** poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação.

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto de, pelo menos, 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos itens 9 ou 10 da Cláusula Quarta do contrato.

4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 4.1 desta Cláusula serão estabelecidas formalmente

pelo **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

5. O pagamento a ser efetuado em favor da **CONTRATADA** estará sujeito à retenção na fonte de tributos e contribuições sociais de acordo com os normativos legais.

6. Na fase de liquidação e pagamento da despesa deverá ser verificada pela área competente a regularidade fiscal da contratada perante a Seguridade Social, Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União fornecida pela Receita Federal do Brasil), o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, e, ainda, perante a Justiça do Trabalho (Certidão Negativa de Débito Trabalhista – CNDT); admitida a certidão positiva com efeito de negativa ou outra equivalente na forma da lei.

7. O TSE verificará a permanência da **CONTRATADA** no Simples Nacional, conforme declaração de que trata o item 6.1 do Capítulo XV do Edital da Licitação TSE nº ___/2021, mediante consulta ao Portal do Simples Nacional e anexará cópia da consulta ao contrato ou à documentação que deu origem ao pagamento, sem prejuízo de a **CONTRATADA** informar qualquer alteração de sua permanência no Simples Nacional.

8. Nos casos de pagamento efetuados após 30 (trinta) dias da emissão do Termo de Recebimento Definitivo ou da apresentação da nota fiscal/fatura, conforme o caso, desde que a **CONTRATADA** não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pelo TSE, entre o 31º (trigésimo primeiro) dia e a data da emissão da ordem bancária, será a seguinte:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

EM = encargos moratórios;

N = número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = valor da parcela a ser paga;

I = 0,0001644 (índice de compensação financeira por dia de atraso, assim apurado I = (6/100)/365).

8.1. Considera-se parcela os serviços prestados pela **CONTRATADA** relativos aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

8.2. O **CONTRATANTE** não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da **CONTRATADA**, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

9. O **CONTRATANTE** não pagará nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

10. Caberá à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária do **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

10.1. A **CONTRATADA** informará ao **CONTRATANTE** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo **CONTRATANTE** e encaminhará relatório até o 10º (décimo) dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

10.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pelo **CONTRATANTE** e os relatórios deverão conter, pelos menos, as seguintes informações: data do pagamento do **CONTRATANTE**, data do pagamento da **CONTRATADA**, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

10.2. O não cumprimento do disposto no item 10 desta Cláusula ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado, poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA** até

que seja resolvida a pendência.

10.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação do **CONTRATANTE**, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da **CONTRATADA**.

10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 10.2, o **CONTRATANTE**, nos termos da Cláusula Quatorze deste contrato, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar as despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

10.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, o **CONTRATANTE** poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela **CONTRATADA**, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

10.3. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

CLÁUSULA DEZ

DA GARANTIA CONTRATUAL

1. Para fiel cumprimento das obrigações assumidas, a **CONTRATADA** apresentará no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data de entrega da via assinada do contrato ou termo aditivo pelo **CONTRATANTE**, comprovante de prestação da garantia no valor de R\$ _____ (_____), correspondente a 5% (cinco por cento) do valor deste contrato, em uma das modalidades previstas no § 1º do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

1.1. Nas modalidades seguro-garantia ou fiança bancária, o prazo de validade deverá ser superior ao da vigência do contrato em pelo menos 3 (três) meses, de sorte a contemplar tempo hábil para o pagamento de verbas rescisórias aos trabalhadores alocados na execução contratual.

a.1) Nessas modalidades, a garantia deverá contemplar obrigatoriamente todos os eventos indicados no item 3 desta Cláusula.

a.2) O termo final da vigência da apólice ou da fiança bancária será suspenso a partir da comunicação feita à seguradora ou à instituição bancária do evento ocorrido na execução do contrato, que possa ser objeto de cobertura pela garantia, e enquanto necessário à solução final sobre a indenização.

1.2. A caução em dinheiro deverá ser efetuada em banco oficial, em conta específica, a benefício do **CONTRATANTE**. O valor depositado deverá ser corrigido monetariamente.

2. Nos casos de alteração ou de prorrogação da vigência do contrato, e ainda por qualquer motivo que o tornar insuficiente, o valor da garantia deverá ser ajustado à nova realidade, seguindo os mesmos parâmetros utilizados na contratação.

2.1. A base de cálculo para incidência da multa será o valor sem cobertura, em razão do acréscimo contratual, da prorrogação ou da insuficiência da garantia.

3. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deverá assegurar o pagamento de:

3.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do contrato.

3.2. Sanções pecuniárias aplicadas à **CONTRATADA**.

3.3. Prejuízos causados ao TSE por culpa ou dolo de representantes, prepostos e empregados da **CONTRATADA**; e

4. A garantia somente não será executada nas seguintes hipóteses:

4.1. Caso fortuito ou força maior.

4.2. Descumprimento das obrigações pela **CONTRATADA** decorrente de

atos ou fatos exclusivamente imputados à Administração.

4.3. Prática de atos ilícitos dolosos por servidores da Administração.

5. Para efeitos da execução do seguro-garantia ou da fiança bancária, os inadimplementos contratuais deverão ser comunicados pelo **CONTRATANTE** à Instituição Garantidora dentro do respectivo prazo de vigência.

6. A garantia ou a parte remanescente será devolvida à **CONTRATADA** após comprovado o cumprimento integral das obrigações contratuais.

7. A garantia será considerada extinta com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração da Administração, mediante termo circunstanciado, de que a **CONTRATADA** cumpriu todas as cláusulas do contrato.

CLÁUSULA ONZE

DOS CRÉDITOS ORÇAMENTÁRIOS

1. A despesa decorrente da prestação dos serviços objeto deste contrato correrá à conta dos créditos orçamentários consignados à Justiça Eleitoral no Orçamento da União, para o Exercício de 2021, nas Ações 02.131.0570.2549.0001 – Comunicação e Divulgação Institucional e 02.061.0570.4269.0001 - Pleitos Eleitorais.

2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2021 consta da Lei Orçamentária Anual nas ações orçamentárias de Comunicação e Divulgação Institucional e Pleitos Eleitorais.

3. Se o **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

CLÁUSULA DOZE

DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

1. O descumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pelo **CONTRATANTE**, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – advertência;

II – multa de mora e multa por inexecução contratual;

III - suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;

IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

1.3. As sanções aplicadas serão registradas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF pelo **CONTRATANTE**.

1.3.1. O **CONTRATANTE** comunicará, por escrito, à **CONTRATADA** que a sanção foi registrada no SICAF.

2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - a advertência e as multas serão aplicadas pelo fiscal ou autoridade competente deste contrato;

II - caberá à autoridade competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração e propor a declaração de inidoneidade;

III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete a autoridade superior competente do **CONTRATANTE**.

3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo do **CONTRATANTE**, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

3.1. No caso de advertência, o **CONTRATANTE** estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas na alínea I e para a correção das ocorrências de que trata a alínea II deste item.

4. Para efeito de aplicação de advertência e multa, às infrações são atribuídos graus, conforme as tabelas 1 e 2 a seguir:

Tabela 1 – Grau e correspondência de cada infração

TABELA 1	
GRAU	CORRESPONDÊNCIA
1	Advertência
2	Multa no valor de 2 %, por incidência, sobre o valor total da ordem de serviço
3	Multa no valor de 5%, por incidência, sobre o valor total da ordem de serviço
4	Multa no valor de 5 %, por incidência, sobre o valor total do contrato
5	Multa no valor de 1 %, por incidência, sobre o valor total do contrato

Tabela 2 – Infrações

TABELA 2			
Item	Descrição	Grau	Incidência
1	Deixar de cumprir quaisquer dos itens do Edital da Licitação TSE nº ____/2021 e de seus Anexos não previstos nesta tabela de multas.	1	Por ocorrência
2	Deixar de cumprir quaisquer dos itens do Edital da Licitação TSE nº ____/2021 e de seus Anexos não previstos nesta tabela de multas, após reincidência formalmente notificada pelo órgão fiscalizador.	2	Por ocorrência
3	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010. (Igualdade racial)	2	Por ocorrência
4	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias do CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	2	Por ocorrência
5	Não apresentar ao CONTRATANTE , para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	2	Por ocorrência
6	Deixar de executar todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda do CONTRATANTE , conforme item 2 da Cláusula Quarta deste contrato.	3	Por ocorrência
7	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento e/ou deixar de substituí-los por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE .	3	Por ocorrência
8	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.	3	Por ocorrência
9	Não observar rigorosamente as especificações e prazos estipuladas pelo CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	3	Por ocorrência
10	Deixar de cumprir determinação formal ou instrução do fiscalizador.	3	Por ocorrência
11	Deixar de cumprir o prazo e equipe mínima estabelecidos no item 1.1 da Cláusula Quarta deste contrato.	4	Por dia, limitada sua aplicação até o máximo de 10 dias.
12	Não repassar ao CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	4	Por ocorrência.

13	Não repassar ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou replicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	5	Por ocorrência
14	Provocar prejuízos e danos ao CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	5	Por ocorrência, limitada a 5 ocorrências
15	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução do contrato, sem a autorização prévia e por escrito do CONTRATANTE .	5	Por ocorrência.
16	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	5	Por ocorrência.
17	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização do CONTRATANTE .	5	Por ocorrência.
18	Manter, durante a vigência do contrato, a prestação de serviços de comunicação corporativa à empresa ou instituição incompatível com a área de atuação do CONTRATANTE como, por exemplo, partidos políticos e outras instituições de viés político.	5	Por ocorrência
19	Não prestar o devido esclarecimento ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA .	5	Por ocorrência
20	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	5	Por ocorrência
21	Não manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	5	Por ocorrência
22	Gerar prejuízos e infrações ao CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	5	Por ocorrência

4.1. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no item 1 desta Cláusula.

4.2. Na aplicação das penalidades previstas nesta cláusula, a autoridade competente poderá se valer dos princípios da proporcionalidade, da razoabilidade, e da prevalência e indisponibilidade do interesse público, em decorrência de circunstâncias fundamentadas em fatos reais e comprovados.

5. A **CONTRATADA** estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização do **CONTRATANTE**.

III – 0,08% (oito centésimos por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no item 1 da Cláusula Dez deste contrato;

III.1. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias para comprovar a prestação da garantia, autorizará a Administração a promover a retenção, até o limite de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, para suprir a falta, sem prejuízo das sanções contratuais.

III.1.1. A retenção não gera direito a qualquer tipo de compensação financeira à contratada.

III.1.2. A contratada poderá, a todo tempo, substituir a retenção por qualquer das modalidades de garantia previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

III.2. Nos casos de atraso na apresentação da complementação da garantia contratual em decorrência do acréscimo contratual, da prorrogação ou da insuficiência da garantia, a base de cálculo para incidência da multa será o valor sem cobertura.

IV - até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo

descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

5.1. Caso os limites máximos estabelecidos na tabela de infrações para aplicação de multa de mora sejam extrapolados, será configurada a inexecução parcial do contrato, com a aplicação das consequências previstas em lei e neste instrumento contratual.

6. A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à **CONTRATADA** se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para o **CONTRATANTE**;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, caracterizada pela aplicação recorrente de sanções de advertência ou multa na forma dos itens 3, 4, 5 e 6 desta Cláusula;

II - por até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pelo **CONTRATANTE**;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo ao **CONTRATANTE**, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, ao **CONTRATANTE**, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento do **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento do **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato;

g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso do **CONTRATANTE**.

7. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo do **CONTRATANTE**, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo ao **CONTRATANTE** ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

7.1. A declaração de inidoneidade será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com o **CONTRATANTE**, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio do **CONTRATANTE**.

7.2. A declaração de inidoneidade implica proibição da **CONTRATADA** de transacionar com a Administração enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir o **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

8. Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito

de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

8.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) a advertência e a multa: à autoridade competente, por intermédio dos fiscais;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração: ao Secretário de Administração ao qual o anunciante está subordinado ou vinculado.

9. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a **CONTRATADA** por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da **CONTRATADA** por eventuais perdas e danos causados ao **CONTRATANTE**.

11. Se a **CONTRATADA** não recolher o valor da multa que lhe for aplicada, dentro de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da intimação para o pagamento, a importância será descontada automaticamente, ou ajuizada a dívida, consoante o § 3º do art. 86 e § 1º do art. 87 da Lei nº 8.666/93, acrescida de juros moratórios de 0,5% (meio por cento) ao mês.

12. Na aplicação das penalidades previstas nesta Cláusula, a Autoridade Competente poderá considerar, além das previsões legais, contratuais e dos Princípios da Administração Pública, as seguintes circunstâncias:

12.1. a natureza e a gravidade da infração contratual;

12.2. o dano que o cometimento da infração ocasionar à Administração;

12.3. a vantagem auferida pela **CONTRATADA** em virtude da infração;

12.4. as circunstâncias gerais agravantes e atenuantes;

12.5. os antecedentes da **CONTRATADA**.

13. Os prazos de adimplemento das obrigações contratadas admitem prorrogação nos casos e condições especificados no § 1º do art. 57 da Lei nº 8.666/1993, em caráter excepcional, sem efeito suspensivo, devendo a solicitação ser encaminhada por escrito com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis do seu vencimento, anexando-se documento comprobatório do alegado pela **CONTRATADA**, ficando a aceitação da justificativa a critério do TSE.

13.1. O prazo mínimo de antecedência acima pode ser reduzido para as situações imprevisíveis que impeçam o cumprimento da obrigação no prazo ajustado.

14. Fica estabelecido que os casos omissos serão resolvidos entre as partes contratantes, respeitados o objeto do presente contrato, a legislação e demais normas reguladoras da matéria, em especial as Leis nº 8.666/93, aplicando-lhe, quando for o caso, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições do Direito Privado.

15. Os atos administrativos de aplicação das sanções, com exceção de advertência, multa de mora e convencional, serão publicados resumidamente no Diário Oficial da União.

CLÁUSULA TREZE

DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

Dos atos administrativos concernentes ao presente contrato cabe recurso nos termos do art. 109 da Lei nº 8.666/1993.

CLÁUSULA QUATORZE

DA RESCISÃO

1. O **CONTRATANTE** poderá rescindir o presente contrato, sem prejuízo das penalidades contratuais ou legais, no caso de sua inexecução total ou parcial, ou nos demais previstos no art. 78 da Lei n.º 8.666/93, e ainda nos seguintes:

a) descumprimento das condições de habilitação e qualificação legalmente exigidas, bem como das condições constante deste instrumento e da proposta;

b) contratação de empregados que sejam cônjuges, companheiros ou parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de ocupantes de cargos de direção e de assessoramento, de membros e ministros vinculados ao Tribunal Superior Eleitoral, conforme estabelece a Resolução n.º 7, de 18.10.2005, do Conselho Nacional de Justiça.

CLÁUSULA QUINZE

DAS ALTERAÇÕES

O presente contrato poderá ser alterado na ocorrência de qualquer das hipóteses previstas no art. 65 da Lei n.º 8.666/1993.

CLÁUSULA DEZESSEIS

DA VIGÊNCIA E DA DURAÇÃO

O presente contrato terá vigência a partir de ____ de ____ de 2021 e duração de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado nos termos da lei.

CLÁUSULA DEZESSETE

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

1. A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança do **CONTRATANTE**, nos termos do art. 7º do Decreto n.º 7.203/2010.

3. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

4. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio do **CONTRATANTE** na internet.

4.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DEZOITO

DO FORO

O foro da Seção Judiciária do Distrito Federal é o competente para solucionar qualquer questão relativa ao presente contrato.

CLÁUSULA DEZENOVE

DA PUBLICIDADE

O extrato do presente contrato será publicado no Diário Oficial da União, conforme o disposto no art. 61, Parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993, correndo as despesas por conta do **CONTRATANTE**.

E por estarem assim, justas e acordadas, as partes assinam o presente instrumento em duas vias de igual teor e forma para todos os fins de direito.

Brasília/DF, de de 2021.

CONTRATANTE

CONTRATADA

ADAÍRES AGUIAR LIMA
SECRETÁRIO(A) DE ADMINISTRAÇÃO

 Documento assinado eletronicamente em **12/07/2021, às 10:12**, conforme art. 1º, §2º, III, b, da [Lei 11.419/2006](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida em https://sei.tse.jus.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0&cv=1704297&crc=D6F871E2, informando, caso não preenchido, o código verificador **1704297** e o código CRC **D6F871E2**.

2021.00.000003338-3

Documento nº 1704297 v2